

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di era teknologi komunikasi dan informasi seperti sekarang ini, media massa merupakan salah satu elemen yang turut berperan untuk mendukung jalannya perputaran informasi kepada masyarakat informasi. Media massa sendiri berperan langsung untuk menyampaikan informasi ataupun berita kepada audiens. Seperti telah kita kenal, media massa terdiri dari media massa cetak dan elektronik. Media elektronik contohnya televisi dan radio. Sedangkan media cetak contohnya seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain-lain.

Informasi yang diangkat oleh media massa sangat beragam. Media mengangkat berbagai hal dan permasalahan dalam kehidupan manusia, seperti permasalahan sosial, budaya, ekonomi, politik, gender, dan masih banyak lainnya yang menyangkut aspek kehidupan manusia. Pada dasarnya, media seharusnya merupakan cermin dan refleksi dari kondisi sosial budaya masyarakat. Harus diakui, sulit bagi sebuah media massa untuk bersikap seobjektif mungkin. Setiap wartawan maupun medianya selalu memiliki latar belakang dan berbagai faktor lainnya yang mempengaruhi cara berpikir, bertindak, dan memilih informasi untuk dilaporkan dan ditulis.

Media massa secara subjektif memproduksi nilai-nilai, ideologi, maupun pengetahuan. Dalam pemberitaannya dapat memunculkan suatu keberpihakan. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh baik kepentingan media tersebut, rutinitasnya

dan juga faktor-faktor eksternal, seperti : sumber berita, sumber ekonominya, hubungannya dengan pemerintah (independensi), dan lain-lain.

Sementara itu media massa, seperti disebutkan oleh Ansolabehere, dkk (1993: 139) dianggap sebagai perwakilan (*agent*) atas 'kepentingan' masyarakat. Media merupakan sumber informasi, pengetahuan, dan solusi atas permasalahan sosial yang dihadapi masyarakat. Media massa berperan dalam menentukan perkembangan pemikiran masyarakat. Melalui pembentukan opini publik misalnya, media memungkinkan khalayak untuk terus mengingat (*learning*) apa yang terjadi di sekitar mereka.

Persoalannya, media massa tidak dapat menyampaikan suatu fakta secara utuh. Media melakukan pemilah-milahan, penonjolan dan penghapusan atas fakta-fakta yang dianggap relevan atau tidak untuk disampaikan kepada masyarakat sesuai dengan ideologi institusi media maupun para awak/wartawannya. Singkatnya, media massa membentuk *second reality* yang oleh McNair (1999:12) disebut sebagai "*constructed reality, meaning events as covered by media*" yang didasarkan pada nilai-nilai dan hambatan dalam proses produksi berita. Media tentu akan melakukan pemilah-milahan atas fakta dan direpresentasikan dengan menggunakan bahasa yang dianggap paling tepat untuk meng gambarkannya.

Oleh karena berbagai hal tersebut tidak mengherankan pula bila dalam konteks media massa secara umum masih tercermin ketidaksetaraan maupun bias gender. Masih banyak yang mengeksploitasi perempuan dan menjadikannya komoditi untuk meningkatkan tiras. Sedangkan yang mengangkat tentang persoalan ketimpangan perlakuan terhadap perempuan bisa dihitung dengan jari.

Salah satu persoalan ketidaksetaraan dan bias gender ini disebabkan oleh adanya stereotip mengenai pembagian kerja secara seksual yakni antara laki-laki dan perempuan. Pembagian kerja (*division of labour*) merupakan salah satu perbedaan utama yang mendasar dalam kekuasaan antara perempuan dan laki-laki. Perempuan dalam sistem pembagian kerja secara seksual cenderung selalu ditempatkan dalam wilayah domestik atau rumah tangga, dengan serangkaian kerja yang sifatnya reproduktif. Pada sisi lain, laki-laki menempati posisi di wilayah publik yang sifatnya produktif (Kasiyan, 2008: 55).

Peran gender perempuan yang ditempatkan dalam wilayah domestik tersebut telah mengakibatkan tumbuhnya tradisi dan keyakinan yang tersosialisasi di masyarakat bahwa kaum perempuan harus bertanggungjawab atas terlaksananya keseluruhan pekerjaan domestik. Sedangkan laki-laki tidak harus bertanggungjawab, dan bahkan di banyak tradisi secara adat dilarang terlibat dalam urusan pekerjaan domestik. Oleh karenanya, tipologi beban kerja perempuan tidak berkurang walaupun si perempuan juga bekerja di sektor publik. Hal ini disebabkan selain bekerja di luar (publik), perempuan juga masih harus bertanggungjawab atas keseluruhan pekerjaan domestik (Kasiyan, 2008: 56). Selain itu, walaupun perempuan bekerja di sektor publik juga terkesan masih ada pembatas yang membatasi pergerakan mereka, yaitu pertama akses kesempatannya yang masih sangat terbatas, dan kedua adalah kedudukan serta peran yang disandanginya sebagian besar masih cenderung hanya sebagai peran pelengkap dan inferior, misalnya sebatas peran sebagai sekretaris atau pegawai

kantor kebanyakan, yang notabene adalah tetap menjadi bawahan laki-laki (Kasiyan, 2008: 58 – 59).

Fenomena dan realitas peran domestik yang dikenakan kepada perempuan tersebut akhirnya mengejutkan konsep ‘pengiburumahtanggaan’ atau ‘domestikasi’ atas perempuan di masyarakat. Konsep ini jika dicermati cenderung bermakna diskriminatif bagi perempuan dalam representasinya (Kasiyan, 2008: 56-57).

Diskriminasi dan ketidakadilan terhadap kaum perempuan ini mendapat tanggapan yang serius dari pemerhati kaum perempuan dan kaum perempuan itu sendiri. Oleh karenanya, beberapa tahun belakangan ini makin marak saja gerakan perempuan yang dilancarkan bertujuan untuk mencapai kesetaraan gender. Pada dasarnya isu mengenai kesetaraan gender sudah mulai berkembang beberapa abad yang lalu karena kesadaran akan adanya ketidakadilan terhadap perempuan. Kaum perempuan sudah lama melakukan perjuangan untuk membebaskan diri dari ketidakadilan. Tetapi pada waktu itu, belum ada istilah *feminism* (feminisme). Istilah itu mulai disosialisasikan oleh majalah *Century* pada musim semi tahun 1914, meski sejak 1910-an kata feminisme (yang berakar dari kata bahasa Perancis) sudah kerap dipergunakan. Kata feminisme ini pertama kali dipergunakan di Perancis pada 1880-an untuk menyatakan perjuangan perempuan menuntut hak politiknya. Kemudian kata ini tersebar ke seluruh Eropa dan sampai Amerika Serikat, melalui New York pada tahun 1906. Gerakan feminisme di New York diwarnai oleh perjuangan menuntut hak-hak perempuan sebagai warga

negara, hak perempuan di bidang sosial, politik, dan ekonomi (Murniati, 2004: xxviii).

Feminisme abad 19, ditandai dengan perjuangan menuntut hak-hak politik dan hukum, khususnya hak memilih, hak mendapat upah, dan hak atas hukum lainnya sebagai warga negara. Feminisme abad ke-20, perjuangannya berkembang dan merambah ke bidang ekonomi (Murniati, 2004: xxviii - xxix). Sejarah juga telah mengukir Kota Beijing sebagai tempat penting bagi perempuan sedunia. Perempuan dari berbagai lapisan telah bersepakat di ibukota RRC itu untuk terus berjuang mencapai persamaan hak, *gender equality*. Pada 1995 di RRC diadakan dua pertemuan perempuan sedunia yang hampir bersamaan, yakni *NGO Forum on Women* pada 30 Agustus – 8 September 1995 di Kota Huairou, dan *Fourth World Conference on Women* pada 4 – 15 September 1995 di Kota Beijing (Murniati, 2004: 3 – 6).

Perjuangan kaum feminis untuk menciptakan kesetaraan antara laki-laki dan perempuan merupakan perjuangan yang tidak mudah bahkan selalu menghadapi permasalahan. Salah satu permasalahan utamanya yaitu adanya konstruksi sosial yang beranggapan bahwa laki-laki selalu lebih dari perempuan dalam segala hal. Hal inilah yang kemudian membuat perempuan selalu berada pada tempat yang terdomestik yaitu di dapur, mengurus anak dan rumah. Sementara laki-laki yang mencari nafkah untuk keluarga.

Konstruksi yang salah menurut kaum feminis ini berusaha dihapus tetapi benturan-benturan dari berbagai segi kehidupan baik agama, politik, ekonomi, budaya, dan sosial selalu menghalangi. Berbagai upaya dan usaha dilakukan untuk

menghilangkan jurang pemisah yang begitu terjal antara laki-laki dan perempuan. Dimulai dari terbitnya berbagai literatur mengenai gender, diskusi tentang gender, sampai penyampaian pesan mengenai kesetaraan gender melalui media massa. Kendati perjuangan untuk kesetaraan gender sudah sampai pada penyampaian pesan melalui media massa, namun menurut hemat penulis, media justru masih banyak melakukan diskriminasi terhadap perempuan.

Pada dasarnya perjuangan gender ingin melakukan dekonstruksi terhadap ideologi gender (Fakih, 1996: 21), sehingga dapat dikembangkan kesadaran akan kesetaraan gender dalam masyarakat. Individu yang berkesadaran akan kesetaraan gender berkeyakinan bahwa perempuan dan laki-laki adalah mitra sejajar yang tidak terkotak-kotak ke dalam peran gender feminin-maskulin (Suratiyah dalam Fakih, 1996: 21). Dengan demikian, sudah seharusnya perempuan dan laki-laki dinilai sama, diperlakukan secara objektif dan setara, serta memiliki hak dan kesempatan yang sama dalam berbagai bidang kehidupan.

Pencapaian kesetaraan gender merupakan suatu wacana yang menjadi pokok perhatian kaum feminis. Kesetaraan gender menuntut adanya keadilan bagi perempuan untuk sama dengan laki-laki. Perempuan hendaknya tidak hanya seorang ibu rumah tangga yang mengurus rumah dan anak, tetapi juga seorang perempuan yang dapat menunjukkan aktualisasi dirinya baik dari segi profesi, potensi dan promosi. Hal ini dimaksudkan agar dalam hal pekerjaan perempuan tidak kalah dengan laki-laki tentunya dengan potensi yang dimiliki sehingga perempuan juga dapat mempromosikan dirinya sebagai atasan atau berpenghasilan lebih besar dari laki-laki.

Seperti telah disebutkan di atas, media massa sebagai media informasi dan edukasi bagi masyarakat seharusnya turut berperan dalam menghapus adanya diskriminasi terhadap perempuan, namun yang dilakukan media massa justru sebaliknya. Menurut pengamatan penulis dan melihat hasil-hasil penelitian tentang perempuan sebelumnya, media justru banyak melakukan diskriminasi dan bahkan eksploitasi terhadap kaum perempuan. Hal ini sangatlah disayangkan, karena media justru melestarikan stereotip yang memarginalkan kaum perempuan (penelitian Eva Leiliyanti mengenai Konstruksi Identitas Perempuan dalam Majalah Cosmopolitan Indonesia dalam Jurnal Perempuan edisi 28, esai Angela McRobbie, dan Martadi dalam penelitiannya mengenai Citra Perempuan dalam Iklan di Majalah Femina Edisi Tahun 1999).

Media perempuan, seperti majalah perempuan terkesan mengangkat mengenai kesetaraan antara laki-laki dan perempuan, namun masih banyak juga yang justru mengeksploitasi dan mendiskriminasi kaum perempuan lewat rubrik-rubriknya dan iklan-iklan di dalamnya. Kehadiran majalah perempuan yang diharapkan dapat menyuarakan kepentingan perempuan secara lantang, ternyata masih berkutat di sekitar wilayah domestik. Ragam rubrikasi yang ada menunjukkan hal itu, dengan tetap hadirnya kuliner, perawatan rumah, kecantikan, busana, dan sebagainya. Demikian juga iklan yang menopang kehidupan majalah perempuan yang ada. Produk perawatan tubuh mendominasi iklan dalam majalah perempuan.

Pada permulaan dekade 70-an terjadi ledakan majalah hiburan di Indonesia. Di antaranya terdapat sejumlah majalah wanita dan majalah untuk

remaja wanita. Sejak itu, akibat dibukanya pintu ekonomi Indonesia pada investasi asing, majalah wanita mengalami perkembangan yang pesat dari segi jumlah dan penampilan. Malahan, di tahun 1990-an, banyak yang menampilkan artistik-visualnya tak kalah canggih dari majalah wanita di Barat yang memang menjadi acuan rekannya di Indonesia. Oleh karenanya, banyak majalah wanita Indonesia membidik sasaran pasarnya dari perempuan kelas menengah ke atas (Julia I. Suryakusuma dalam Ibrahim&Suranto, 1998: 112-113).

Dengan kenyataan yang demikian, majalah perempuan di Indonesia pun terus menerus berkembang bahkan mempunyai kesan dan tempat tersendiri di hati para pembacanya. Majalah Femina sebagai majalah perempuan yang berdiri sejak 18 September 1972 merupakan majalah perempuan yang sangat akrab di telinga kaum perempuan di Indonesia. Majalah Femina lahir dari pertemuan sejumlah orang di garasi Pengusaha Sofyan Alisyahbana pada pertengahan September 1972. Majalah Femina berdiri di bawah naungan Femina Group yang banyak menerbitkan majalah gaya hidup dan wanita yang cukup terkemuka di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana domestikasi perempuan tersebut direpresentasikan di media massa, khususnya di majalah perempuan itu sendiri. Dalam hal ini adalah Majalah Femina. Seperti penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang juga mengangkat tentang perempuan dalam media massa seperti majalah, penelitian ini juga mencoba menganalisis permainan sistem tanda dan relasi kekuasaan yang mengkonstruksikan makna (ideologi) dalam teks di media massa. Hasil-hasil penelitian sebelumnya ini menunjukkan adanya diskriminasi terhadap perempuan

dalam teks di media massa. Contohnya saja penelitian Eva Leiliyanti mengenai Konstruksi Identitas Perempuan dalam Majalah Cosmopolitan Indonesia (dalam Jurnal Perempuan edisi 28, 2003: 69-83). Dari penelitian ini Leiliyanti mengindikasikan bahwa Majalah Cosmopolitan Indonesia menggunakan perempuan (khususnya tubuh perempuan) sebagai titik sentral komoditasnya. Komoditas tampilan tubuh perempuan yang "mempesona" seperti dalam majalah ini dijadikan sebagai sarana untuk mendapatkan laba sebesar-sebesarnya.

Angela McRobbie dalam esainya menilai bahwa Jackie, majalah *best seller* untuk remaja putri terbitan 1970-an, membawa sebuah ideologi tertentu, sebuah ideologi yang berhubungan dengan konstruksi femininitas remaja. Seperti majalah lain yang diperuntukkan bagi perempuan muda dan perempuan dewasa, Jackie mempromosikan 'kultur feminin'. Setiap tahapan dari kanak-kanak hingga dewasa dan usia senja dirancang berdasarkan apa yang diharapkan bagi berhasilnya pemenuhan femininitas. Tatkala membaca Jackie, misalnya, para remaja putri ditundukkan pada sebuah upaya eksplisit untuk memenangkan konsensus terhadap tatanan dominan dalam konteks femininitas, kesenangan, dan konsumsi (Storey, 2007: 101-102).

Martadi dalam penelitiannya mengenai Citra Perempuan dalam Iklan di Majalah Femina Edisi Tahun 1999 menunjukkan bahwa secara umum citra perempuan digambarkan sebagai insan yang memiliki peran menjadi "penjaga nilai-nilai halus dan adiluhung" di rumah. Konsep iklan rata-rata menggambarkan bahwa kodrat perempuan sebagai makhluk dengan tugas utama penyangga keturunan, lemah lembut, anggun, pandai memasak, lebih emosional, dan fisiknya

kurang kuat. Secara garis besar ada lima citra perempuan yang digambarkan dalam iklan tersebut, yaitu: citra perempuan sebagai pengurus utama keluarga, citra perempuan sebagai pengemban tugas-tugas di dapur, citra perempuan yang selalu ingin tampil memikat, citra perempuan yang selalu harus mengikuti pergaulan, citra perempuan sebagai obyek untuk menyenangkan (pemuas) laki-laki (<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>, diakses tanggal 27 Maret 2009).

Penelitian yang dilakukan penulis ini ingin melanjutkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai perempuan di media massa, dan lebih memfokuskan pada bagaimana media massa itu menampilkan atau merepresentasikan domestikasi terhadap peran perempuan dalam setiap artikel dan gambar-gambarnya.

Dalam penelitian ini, penulis memilih majalah perempuan khususnya Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009 sebagai objek penelitian. Alasan memilih majalah perempuan sebab media perempuan sebenarnya selain mempunyai fungsi sebagai sumber informasi bagi kaum perempuan, juga mempunyai fungsi sosial-edukatif, misalnya saja memperbaiki gaya hidup perempuan dari gaya hidup pasif-konsumtif menjadi gaya hidup aktif-kreatif, ataupun mendidik kaum perempuan menjadi lebih mengetahui hak-hak dan batas-batas kewajibannya di dunia yang didominasi oleh kaum laki-laki (Myra M. Sidharta dalam Ibrahim&Suranto, 1998: 126-127). Selain itu, dapat juga ditilik dari sejarah munculnya majalah wanita yang adalah sebagai media untuk menyebarkan gagasan kaum perempuan, mengusahakan kemajuan perempuan,

memperluas wawasan, dan menghendaki hilangnya ketidakadilan dalam keluarga dan masyarakat.

Alasan penulis memilih Majalah Femina karena majalah ini sebenarnya bertujuan untuk mencitrakan perempuan yang bebas, mandiri, dan setara dengan laki-laki. Dikatakan demikian sebab pada awal kemunculannya Majalah Femina cukup konsisten dengan pilihan kebijaksanaannya, yaitu ingin berfungsi sebagai *social awareness*. Hal tersebut terlihat dari pilihan materi yang ditampilkan yang cenderung menampilkan citra perempuan yang bebas mandiri, lepas dari belenggu yang membatasi baik dari keluarga maupun masyarakat (Junaedhie, 1995: 76). Majalah Femina merupakan majalah perempuan asli Indonesia dan sangat “berwajah Indonesia”. Majalah ini mengedepankan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia yang kaya dengan berbagai budaya serta menjunjung etika dan estetika. Majalah Femina menawarkan citra dan nilai-nilai perempuan Indonesia yang ideal kepada pembacanya. Hal ini juga terlihat dari isi redaksionalnya yang mereferensikan bagaimana perempuan Indonesia “seharusnya” menjalankan peran-peran sosialnya dalam “wajah Indonesia” (Mulyana, 2008: 5, 19). Sejak awal berdirinya hingga sekarang, Majalah Femina mempunyai segmentasi pembaca yang tetap. Segmentasi pembacanya adalah perempuan perkotaan yang aktif dan perempuan kelas menengah ke atas.

Dengan adanya perkembangan ekonomi di Indonesia yang semakin menuju ke kapitalisme, media massa kemudian menjadi sangat dibutuhkan untuk mempromosikan komoditi hasil produksi kapitalisme tersebut. Tak ketinggalan majalah perempuan yang juga menjadi komoditas ekonomi. Sebagai komoditas, ia

berkewajiban menunjang komoditas lainnya. Secara ekonomis, majalah perempuan adalah suatu bisnis, yang sebagai lembaga kapitalis yang sehat dan sejati bertujuan mencari keuntungan dari konsumen atau pembacanya, ditambah juga dengan adanya persaingan dengan sesama majalah yang ada (Julia I. Suryakusuma dalam Ibrahim&Suranto, 1998: 112).

Dengan segmentasi pembaca Femina seperti di atas dan perkembangan dunia ekonomi tersebut, maka berimbas pada isi dan materi redaksional Majalah Femina. Femina kemudian sibuk merumuskan citra perempuan ideal yang sesuai dengan kriteria perempuan kelas menengah ke atas seperti pembacanya. Femina yang semula ingin tampil bersahabat dan mampu menangkap aspirasi kaum perempuan, menjadi cenderung memacu nafsu ke arah pola hidup yang serba praktis, gemerlap, dan konsumtif. Femina banyak menawarkan sajian yang praktis, bersih, dan tidak rumit. Di sisi lain, mereka juga menampilkan “rubrik-rubrik domestik” seperti kecantikan dan mode, rumah, serta masakan. Femina memang berusaha untuk tetap menjunjung idealismenya, namun tanpa mengabaikan dan mengesampingkan kepentingan dan keuntungan bisnis (<http://www.langitperempuan.com/2008/06/perempuan-dalam-media-perempuan/>, diakses tanggal 31 Desember 2009). Jika dilihat dari rubrikasi dan iklan-iklan yang ada di dalamnya, Majalah Femina kemudian juga masih melakukan eksploitasi dan domestikasi terhadap kaum perempuan kebanyakan dan perempuan sebagai pembacanya. Eksploitasi untuk mendapatkan keuntungan dari pembacanya dan penampil dalam rubrik serta iklannya yang notabene adalah perempuan, juga domestikasi pada peran-peran perempuan yang merupakan

bagian pembentukan citra perempuan ideal menurut Femina di mana terlihat dalam ragam rubrikasi dan iklan yang masih berkuat di sekitar wilayah domestik.

Penulis juga memilih satu edisi dalam penelitian ini yaitu edisi 28 Februari – 6 Maret 2009 untuk membatasi jumlah teks yang akan diteliti. Pemilihan edisi tersebut juga beralasan karena dalam edisi yang terpilih itu banyak teks yang sesuai dengan penelitian penulis. Dalam edisi yang penulis pilih ini, teks mengenai isu-isu perempuan khususnya domestikasi perempuan paling banyak muncul dibandingkan dengan edisi Majalah Femina di tahun 2009 yang lain. Tahun 2009 dipilih karena mengambil edisi-edisi terbaru Majalah Femina.

Pemilihan objek penelitian ini, menurut penulis, sesuai dengan ketertarikan penulis untuk mengetahui bagaimana domestikasi perempuan direpresentasikan dalam Majalah Femina karena pengaruh dari ideologi yang dianutnya.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana domestikasi perempuan direpresentasikan dalam teks di Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana domestikasi perempuan direpresentasikan dalam teks di Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009.

D. KERANGKA TEORI

1. REPRESENTASI

Melalui representasi manusia dapat memaknai konsep yang ada di pikiran manusia, representasi adalah penghubung antara konsep dan bahasa dan memungkinkan manusia untuk mengacu pada dunia nyata maupun khayalan. Sebagai contoh representasi adalah objek gelas (terbuat dari kaca dan dapat diisi air) di atas meja akan menimbulkan konsep gelas dalam benak seseorang. Ketiadaan gelas masih bisa menimbulkan konsep gelas dalam benak orang tersebut.

Stuart Hall dalam buku *Representation: Cultural Representation and Signifying Practice* mengemukakan adanya dua sistem representasi. Pertama, *mental representation*, yaitu “*meaning depends on the system of concept and images formed in our thoughts which can stand for or ‘represent’ the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads*”. Maksudnya, sebuah makna bergantung pada sistem konsep dan gambar yang terformulasikan di dalam pikiran kita sehingga dapat merepresentasikan dunia dan apa yang ada di dunia ini, serta memungkinkan kita merujuk pada dua hal di dalam dan di luar kepala kita. Kedua, makna yang bergantung pada konstruksi sebuah set korespondensi antara peta konseptual kita, dan sebuah set tanda, bahasa, yang merepresentasikan konsep-konsep tersebut. Artinya, makna juga bergantung pada konstruksi kesesuaian antara sistem konsep dalam pikiran kita dengan sistem tanda dan bahasa yang disepakati mengenai sebuah hal. Junaidi dalam tulisan *The Body Shop: Representation and Identities*, mengatakan proses yang

menghubungkan ‘*things, concept dan sign*’ tersebut diberi nama *representation* (Eva Leiliyanti, 2003: 70).

Satu hal yang tidak dapat diabaikan dalam konsep representasi ini adalah pentingnya peran bahasa. Suatu makna diproduksi dari konsep-konsep dalam pikiran seorang pemberi makna (pembaca) melalui bahasa. Bahasa menjadi bagian sistem representasi karena pertukaran makna tidak mungkin terjadi ketika tidak ada akses terhadap bahasa bersama. Salah seorang *founding fathers* semiologi, Ferdinand de Saussure, menyatakan bahasa sebagai sistem tanda yang mengekspresikan gagasan-gagasan: “*Language is a system of signs that express ideas, and is therefore comparable to a system of writing, the alphabet of deaf – mutes, symbolic rites, polite formulas, military signals, etc. but is the most important of all these systems*” (Berger, 1982: 16). Maksudnya adalah bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang mengekspresikan gagasan-gagasan, dan oleh karenanya bahasa dapat diperuntukkan dalam sistem menulis, bahasa isyarat bisu-tuli, upacara-upacara simbolis, bahasa kesopanan, tanda-tanda dalam militer, dan sebagainya, namun bahasa tetap menjadi yang paling penting dalam semua sistem tersebut.

Konsep mengenai representasi ini bisa saja berubah-ubah. Selalu ada penambahan dan pemaknaan baru dalam konsep representasi yang sudah ada sebelumnya. Makna dalam representasi sendiri juga sebenarnya tidak bisa tetap, ia harus menyesuaikan dengan situasi yang baru. Makna tidak inheren, ia selalu dikonstruksikan dan diproduksi lewat proses representasi.

Mungkin menjadi lebih menarik untuk menghubungkan persoalan representasi ini ke dalam fenomena bahasa media massa. Dalam relasi antara media massa dan audiensnya, pertama kali harus dipahami bahwa awak media adalah subyek yang mempunyai *mental representation* tersendiri yang tidak selalu sama dengan audiensnya. Adanya subyektivitas dari bahasa media tak urung menyajikan kerumitan tersendiri seperti halnya adanya bias kepentingan dari media yang bersangkutan. Lebih lanjut, disadari atau tidak persoalan kepentingan ini seringkali mewakili gambaran ideologis dari pelaku representasi alias media. Lagi-lagi gambaran ini bersifat subyektif, artinya proses pembacaan terhadap bahasa media sama artinya dengan negosiasi antara *mental representation* pelaku representasi dan *mental representation* audiensnya. Dengan demikian diskusi mengenai bagaimana makna dari representasi dalam teks media pada dasarnya merupakan pelacakan terhadap *mental representation* yang terkandung dalam awak media, yang kali ini dapat diklaim sebagai perwujudan media itu sendiri atau ideologi media massa tersebut.

Dalam penelitian ini, makna dari representasi domestikasi perempuan dalam teks di Majalah Femina merupakan pelacakan terhadap *mental representation* awak media Majalah Femina, yang bisa jadi merupakan perwujudan media itu sendiri atau ideologi media tersebut.

2. IDEOLOGI MEDIA MASSA

Menurut John Storey (1993: 3-6) konsep ideologi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Ideology can refer to a systematic body of ideas articulated by a particular group of people.*
2. *Second definition suggests a certain masking, distortion, concealment. Ideology is used here to indicate how some cultural texts and practices present distorted images of reality. They produce what is called 'false consciousness'*
3. *Third definition of ideology uses the term to refer 'ideological form'. This definition depends on a nation of society as conflictual rather than consensual. Text are said to take side, consciously or unconsciously in this conflict*
4. *A fourth definition of ideology developed by Louis Althusser. Althusser's main contention is to see ideology not simply as a body of ideas, but as a material practices of everyday life. Principally, what Althusser has in mind is the way in which certain rituals and customs have the effect of binding us to the social order; a social order which is marked by enormous inequalities of wealth, status and power.*
5. *A final definition of ideology is one associated with the early work of Roland Barthes. Barthes argues that ideology operates mainly at the level connotations, the secondary often unconscious meanings, text, and practices carry, or can be made carry. Ideology (or myth as Barthes himself call it) in this definition refers us to a hegemonic struggle to restrict connotations, to fix particular connotations.*

Pada definisi pertama, kedua dan ketiga kita bisa melihat bahwa ideologi dipakai dan diciptakan oleh kelompok tertentu dan biasanya berkuasa dalam menyuarakan aspirasi dan aktivitas mereka. Di sini terjadi sebuah penyembunyian realitas ataupun penopengan yang membuat kesadaran seorang individu ditentukan oleh realitas sosial yang telah dibentuk oleh sebuah ideologis.

Pada definisi keempat, Althusser melihat ideologi adalah satu dari tiga unsur atau level primer bangunan sosial. Jadi ideologi relatif otonom dari level lain seperti ekonomi. Dan ideologi ditempatkan pada urutan terakhir. Di sini

ideologi merupakan sistem (dengan logika dan kaidahnya sendiri) representasi (citra, gagasan, atau konsep) dikonsepsikan sebagai praktik yang dijalani dan mentransformasikan dunia materi. Ada empat aspek dalam pandangan Athusser yang menjadi inti dari pandangan tentang ideologi:

- Ideologi memiliki fungsi umum untuk membangun subyek
- Ideologi sebagai pengalaman yang dijalani tidaklah palsu
- Ideologi sebagai kesalahan dalam memahami kondisi nyata eksistensi adalah sesuatu yang palsu
- Ideologi terlibat dalam reproduksi bangunan sosial dan relasi mereka terhadap kekuasaan (Barker, 2004: 58-59).

Sedangkan pada definisi kelima, ideologi bisa digunakan dalam melukiskan produksi sosial atas makna. Inilah cara Barthes disaat membicarakan mengenai konotasi sebagai 'retorika ideologi'. Dalam istilah ini ideologi merupakan sumber pemaknaan pada tatanan dua. Mitos dan nilai-nilai konotatif adalah ideologi karena ideologi inilah maka mitos dan konotasi mampu mewujudkan fungsinya.

Berkaitan dengan media dalam produknya media tidaklah netral tapi mengusung ideologi yang dianutnya. Ideologi dan media adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Media dipakai untuk menyebarkan ideologi dan ada kalanya media ini membentuk ideologi. Ideologi yang dianut media bisa dilihat dengan mengamati lebih tajam pada teks media.

Teks media berbicara dengan jelas tentang cara melihat dan memberi model untuk sikap dan perilaku yang tepat. Pesan apa dibalik isi media dan

kepentingan siapa yang dilayani oleh pesan-pesan ini (Croteau, 2003: 159). Hal inilah yang menjadi dasar pertanyaan tentang media dan ideologi dan bisa dijawab dengan penelitian terhadap teks media.

Penelitian terhadap produk media berusaha untuk mengungkap gambaran masyarakat yang diberikan oleh media. Media menjual baik produk dan gagasan kepribadian dan gambaran dunia. Rangkaian ini menciptakan cara berpikir dan cara hidup dalam memahami dan menghadapi dunia.

Dalam konteks ini ideologi pada intinya adalah sistem pemaknaan yang membantu mengartikan dunia dan membuat penelitian tentang dunia. Ideologi berkaitan dengan konsep cara pandang, sistem kepercayaan, dan nilai. Istilah ini tidak hanya menunjuk pada kepercayaan yang dipegang tentang dunia tapi juga cara dasar di mana dunia diartikan. Ideologi ini tidak hanya tentang politik, istilah ini memiliki konotasi yang lebih luas dan mendasar (Croteau, 2003: 160).

Analisis ideologi menekankan pada kesesuaian antara gambar dan kata-kata. Dalam teks media tertentu dan cara berpikir tentang bahkan penggantian isu sosial dan budaya. Peneliti media seringkali tertarik pada gambaran perempuan dan orang Afrika - Amerika dan bagaimana gambaran ini mungkin berubah sepanjang waktu karena mereka memberikan sumbangan pada cara kita memahami peran kelompok ini dalam masyarakat. Dalam hal ini pertanyaan bukan pada apakah gambaran media adalah gambaran "realistis" karena analisis ideologi secara umum menyadari definisi dari "real" sebagai dengan sendirinya, suatu konstruksi ideologis. Aspek mana dari "realistis" milik siapa yang kita jelaskan sebagai yang paling nyata? Apakah yang paling dapat dilihat? Yang

paling umum? Yang paling berpengaruh? Bukannya menilai gambaran dan membuat penilaian tentang level kenyataan, analisis ideologi menanyakan apa yang disampaikan pesan ini kepada kita tentang diri kita sendiri dan masyarakat kita.

Analisis ideologi menyediakan jendela menuju perdebatan ideologis yang lebih luas yang berlangsung dalam masyarakat. Analisis ini memungkinkan kita untuk melihat gagasan macam apa yang tersebar melalui teks media, bagaimana dibentuk, bagaimana mereka berubah sepanjang waktu dan kapan mereka ditantang (Croteau, 2003: 163). Dalam analisis teks media di penelitian ini, dapat dilihat gagasan apa yang disebar oleh Majalah Femina mengenai domestikasi perempuan, bagaimana gagasan tersebut dibentuk, berubah, dan mendapatkan tantangan.

Media menjadi medan peperangan budaya. Kebanyakan isi dari perang budaya kontemporer adalah tentang gambaran yang ditanamkan oleh media massa. Perjuangan ini melampaui moralitas dan nilai kadang memfokuskan pada keterlibatan gambaran media populer kita dan bukti pelajaran yang diajarkan media tentang masyarakat. Media memberi kita gambaran tentang interaksi sosial dan institusi sosial yang melalui pengulangan hari dan dapat memainkan peran penting dalam membentuk definisi sosial yang umum. Pada pokoknya, akumulasi dari gambaran media menunjukkan apa yang "normal" dan apa yang "menyimpang" (Croteau, 2003: 162-163).

Gambaran media adalah hasil dari proses seleksi yang dengan tetap berarti bahwa aspek-aspek tertentu dari realitas disorot dan yang lain diabaikan, media

memiliki apa yang dikatakan oleh Hall (1982) sebagai "kekuatan untuk mengartikan peristiwa kedalam cara tertentu". Maka pertanyaannya adalah "pola apa yang dipakai oleh peristiwa yang ditampilkan?". Ini adalah pertanyaan mendasar tentang ideologi karena mengusulkan bahwa media adalah tempat di mana gagasan tertentu disebarkan sebagai kebenaran secara efektif meminggirkan atau menghilangkan pernyataan kebenaran yang menjadi saingan (Croteau, 2003:168).

Dalam sudut pandang strukturalisme, budaya merupakan sebuah mesin ideologis yang mereproduksi ideologi dominan. Ideologi kemudian memiliki fungsi sebagai kekuatan untuk mengarahkan proses kebudayaan atau proses komunikasi (Sunardi, 2004: 123). Proses tersebut menggunakan media massa sebagai alatnya. Hubungan mitos, ideologi, dan budaya tersebut pada akhirnya membentuk sebuah masyarakat yang terstruktur, di mana kita dapat melihatnya melalui salah satu media massa yang ada.

Media menyajikan gambaran mengenai interaksi dan institusi sosial yang secara terus-menerus mempersempit wilayah definisi sosial. Maksudnya, citra media dapat menunjukkan apa yang dianggap "norma" dan apa yang dianggap "menyimpang" (Croteau&Hoynes, 2003: 163). Maka dari itu media memiliki kekuatan untuk mengkonstruksikan suatu peristiwa ke dalam tampilannya. Teks media yang merupakan produk dari media adalah hasil konstruksi dari realitas media. Konstruksi ini dibuat dengan memperhatikan kepentingan dan ideologi yang dipegang media. Dari konstruksi ini pula cara pandang yang dipakai dalam media dalam memaknai dunia bisa dilihat. Dalam penelitian ini, teks media yang

ditampilkan oleh Majalah Femina merupakan hasil konstruksi dari realitas media. Konstruksi tersebut dibuat dengan mementingkan ideologi serta kepentingan dari Majalah Femina. Cara pandang Majalah Femina dalam memaknai dunia dapat terlihat dari konstruksi yang mereka buat tentang suatu realitas tertentu dalam teks medianya, dalam hal ini realitas mengenai domestikasi perempuan.

3. GENDER DAN SEKS (JENIS KELAMIN)

Pengertian gender seringkali tumpang tindih dengan pengertian seks dan seksualitas. Ketiga hal tersebut memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan yang utama dari ketiga hal tersebut adalah bahwa ketiganya membicarakan mengenai jenis kelamin. Dan perbedaan dari ketiganya terletak pada penekanan istilah tersebut.

Seks lebih menekankan pada keadaan fisik atau anatomi manusia yang melahirkan identitas “laki-laki” dan “perempuan”, gender menekankan pada jenis kelamin secara sosial, sedangkan seksualitas menekankan pada kompleksitas dari orientasi fisik/ anatomis dan orientasi sosial.

Seks adalah pembagian jenis kelamin yang ditentukan secara biologis melekat pada jenis kelamin tertentu. Dengan demikian seks mengandung arti perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan yang secara biologis serta memiliki perbedaan dan ciri-ciri sendiri. Seks berarti perbedaan laki-laki dan perempuan sebagai makhluk yang secara kodrati memiliki fungsi-fungsi organisme yang berbeda dan fungsinya tidak dapat dipertukarkan karena sudah melekat secara kodrati. Sementara itu konsep gender adalah pembagian laki-laki

dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural. Konsep gender ini adalah sifat yang melekat pada kaum laki-laki dan perempuan yang dibentuk oleh faktor-faktor sosial maupun budaya, sehingga lahir beberapa anggapan tentang peran sosial dan budaya laki-laki dan perempuan (Handayani dan Sugiarti, 2001: 2 – 4).

Berdasarkan penjelasan tersebut gender merupakan suatu hal yang terbentuk karena adanya pengaruh sosial, geografis, maupun kebudayaan dalam suatu masyarakat. Gender juga dapat diartikan sebagai konsep sosial yang membedakan antara peranan atau kedudukan antara laki-laki dan perempuan, di mana peranan tersebut tercipta dari mitos-mitos yang berkembang di masyarakat. Sifat-sifat yang melekat pada laki-laki dan perempuan dalam konsep gender dapat dipertukarkan dan berubah dari waktu ke waktu. Sifat-sifat tersebut juga dapat berbeda dari satu tempat ke tempat lainnya, maupun dari suatu kelas sosial ke kelas sosial lainnya.

Menurut Saparinah Sadli (dalam Ihromi, 1995: 69 – 70), yang disebut sebagai seks atau jenis kelamin dalam ilmu-ilmu sosial dan dalam biologi adalah suatu kategori biologis, perempuan atau lelaki. Menyangkut hitungan kromosom, pola genetik, dan struktur genital. Gender sebaliknya merupakan konsep sosial. Istilah feminitas dan maskulinitas berkaitan dengan istilah gender yang berkaitan dengan sejumlah karakteristik psikologis dan perilaku yang kompleks yang telah dipelajari seseorang melalui pengalaman sosialisasinya. Aspek psikologis yang mencakup intelegensi dan emosi dalam proses perkembangannya sangat dipengaruhi oleh lingkungan. Hal ini berbeda dengan aspek biologis yang

mengalami pertumbuhan secara otomatis tanpa harus dipelajari. Kondisi psikologis bagi laki-laki dan perempuan juga dipengaruhi oleh adanya perlakuan yang berbeda terhadap mereka sesuai dengan keinginan orang tua masing-masing dan perlu disadari bahwa faktor budaya akan mempengaruhi pola pengasuhan orang tua terhadap anaknya.

Menurut Fakih (1996: 12), perbedaan gender sesungguhnya tidaklah menjadi masalah sepanjang tidak melahirkan ketidakadilan gender (*gender inequalities*). Namun kecenderungan yang muncul adalah bahwa perbedaan gender tersebut telah melahirkan berbagai bentuk ketidakadilan khususnya bagi perempuan. Ketidakadilan ini termanifestasikan dalam bentuk subordinasi, marginalisasi, domestikasi, beban kerja yang lebih banyak, serta stereotip yang tercipta dari mitos-mitos dalam masyarakat.

Subordinasi atau penempatan perempuan pada posisi yang tidak penting, berangkat dari asumsi bahwa perempuan irasional dan emosional. Pola pikir tersebut menimbulkan anggapan bahwa perempuan tidak mampu bertindak sebagai seorang pemimpin, sehingga dalam dunia kerja perempuan lebih banyak menempati posisi yang tidak menguntungkan dan tidak memiliki akses dalam suatu pengambilan keputusan. Perempuan tersubordinasi oleh faktor-faktor yang dikonstruksikan baik secara sosial maupun kultural. Hal ini disebabkan belum terkondisikannya konsep gender dalam masyarakat, sehingga mengakibatkan adanya diskriminasi kerja terhadap perempuan. Diskriminasi tersebut berpengaruh terhadap prosentase jumlah wanita yang bekerja, sistem penggajian, pemberian

fasilitas dan sebagainya yang dapat menimbulkan pemiskinan dalam bidang ekonomi (marjinalisasi) terhadap kaum perempuan (Fakih, 1996: 12).

Proses marjinalisasi yang mengakibatkan kemiskinan dapat menimpa kaum laki-laki maupun kaum perempuan. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai macam peristiwa, seperti: penggusuran, bencana alam, eksploitasi dan sebagainya; sedangkan dari segi sumber, marjinalisasi dapat berasal dari kebijakan pemerintah, keyakinan atau kepercayaan, tafsiran agama, tradisi dan kebiasaan atau bahkan ilmu pengetahuan.

Beban kerja yang lebih banyak, muncul karena adanya pandangan bahwa perempuan rajin dan memiliki sifat memelihara serta tidak cocok untuk menjadi kepala rumah tangga. Akibatnya, seluruh pekerjaan rumah tangga (domestik) menjadi tanggung jawab perempuan dan selalu identik dengan perempuan. Di kalangan ekonomi bawah, seluruh pekerjaan domestik tersebut harus ditanggung sendiri oleh perempuan. Keadaan tersebut sangat berat, apalagi jika perempuan yang bersangkutan harus bekerja lagi di luar rumah. Hal ini merupakan peran ganda dari perempuan, yang dapat menimbulkan beban kerja yang lebih banyak.

Bentuk ketidakadilan lain yaitu stereotip, muncul karena adanya mitos-mitos masyarakat terhadap tugas kaum perempuan yang berkaitan dengan stereotipnya. Williams dan Best (dalam Mulawarman, 1999: 11), dalam penelitian tentang stereotip seks pada sejumlah negara, menggambarkan bahwa laki-laki bersifat penolong, agresif, berupaya, berani dan sebagainya; sedangkan perempuan bersifat penuh kasih sayang, lembut hati, penakut, emosional dan sebagainya.

Handayani dan Sugiarti (2001: 10-11) juga mengungkapkan bahwa mitos-mitos yang muncul di masyarakat akan menguntungkan kaum lelaki dan mendiskreditkan kaum perempuan. Hal ini disebabkan karena negara Indonesia menganut hukum hegemoni patriarki, yang menggambarkan dominasi laki-laki atas perempuan dan anak di dalam keluarga, yang kemudian berlanjut kepada dominasi laki-laki dalam lingkup kemasyarakatan lainnya.

Kerangka pemikiran mengenai gender dan seks ini membantu di dalam penelitian analisis teks media ini sebagai dasar pemikiran mengenai perbedaan konsep gender dan seks, serta sebagai dasar bahwa lahirnya konsep gender yang membedakan laki-laki dan perempuan berdasarkan faktor sosial dan budaya telah memarjinalkan posisi dan peran kaum perempuan.

4. BUDAYA PATRIARKI

Patriarki adalah konsep bahwa laki-laki memegang kekuasaan atas semua peran penting dalam masyarakat, pemerintahan, militer, pendidikan, industri, bisnis, perawatan kesehatan, agama, dan lain sebagainya.

Patriarki dikonstruksikan, dilembagakan, dan disosialisasikan lewat institusi-institusi seperti keluarga, sekolah, masyarakat, agama, tempat kerja hingga kebijakan negara. Patriarki merupakan bentuk cara pandang yang umum dan membudaya di masyarakat Indonesia, yang kemudian dikenal dengan istilah ideologi atau budaya patriarki. Ideologi ini merupakan sebuah sistem yang dikendalikan oleh laki-laki. Pemahaman atas laki-laki dan perempuan di sini,

tidak mengacu pada jenis kelamin namun lebih pada peran gender (Fakih, 1996: 8 – 10).

Pembagian peran laki-laki dan perempuan sangat besar pengaruhnya dalam budaya patriarki. Hal ini mengakibatkan terbatasnya keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan, khususnya keputusan-keputusan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam menentukan tatanan kehidupan bermasyarakat atau dalam memecahkan masalah sosial kemasyarakatan (publik), dominasi masih ada pada kaum laki-laki. Perempuan jarang, bahkan tidak pernah diajak bermusyawarah dan mufakat dalam mengambil keputusan hal-hal semacam tersebut di atas (Citra Wanita dan Kekuasaan, 1992: 23).

Menurut Walby, patriarki merupakan sistem struktur dan praktek sosial yang menempatkan kaum laki-laki sebagai kelompok yang mendominasi, melakukan opresi, dan mengeksploitasi kaum perempuan. Patriarki bisa dibedakan menjadi dua bentuk yaitu patriarki domestik (patriarki privat) dan patriarki publik. Patriarki domestik bermuara pada wilayah rumah tangga sebagai daerah awal utama kekuasaan laki-laki atas perempuan. Sedangkan patriarki publik menempati wilayah-wilayah publik seperti lapangan pekerjaan dan negara.

Patriarki domestik menitikberatkan kerja dalam rumah tangga sebagai suatu bentuk stereotip yang melekat pada kaum perempuan. Dalam hal ini kerja-kerja dalam rumah tangga merupakan kodrat yang harus dijalankan oleh kaum perempuan, yang sifatnya tidak bisa ditawar-tawar lagi. Ketika perempuan dikondisikan seperti itu, maka yang terjadi adalah penindasan terhadap mereka. Sedangkan tekanan terhadap kaum perempuan pada patriarki publik berasal dari

sistem yang terbentuk di tempat kerja dan dalam pemerintahan atau negara. Dalam hal ini, terpuruknya nasib perempuan tidak semata-mata ditentukan oleh peran-peran domestik yang harus diemban. Pada bentuk patriarki ini perempuan mulai mengenal peran baru mereka dalam ranah publik (selain peran domestik). Atau yang lebih sering dikenal sebagai peran ganda perempuan (May Lan, 2002: 14 – 15).

Salah satu budaya dan ideologi yang mempengaruhi tersubordinasinya kaum perempuan adalah budaya patriarki. Melalui dasar pemikiran tersebutlah penelitian melalui analisis teks media ini mendasarkan bahwa domestikasi peran perempuan yang tercermin dalam teks media di Majalah Femina berhubungan dengan budaya patriarki tersebut.

5. DOMESTIKASI PERAN PEREMPUAN

Gender mengacu pada peran yang dikonstruksikan masyarakat dan perilaku-perilaku yang dipelajari serta harapan-harapan yang dikaitkan pada perempuan dan pada laki-laki. Perempuan dan laki-laki secara biologis berbeda. Kebudayaan kemudian menafsir dan mengurai perbedaan yang dibawa dari lahir ini ke dalam sejumlah pengharapan masyarakat tentang perilaku dan tindak kegiatan yang dianggap pantas bagi perempuan dan laki-laki serta hak, sumberdaya, dan kekuasaan yang layak mereka miliki.

Seperti juga ras, suku, maupun kelas; gender merupakan kategori sosial yang paling menentukan kesempatan hidup seseorang dan peran serta seseorang dalam masyarakat dan ekonomi. Meskipun beberapa masyarakat tidak mengenal

pembagian ras dan etnis, namun asimetri gender dalam bentuk perbedaan-perbedaan terjadi di semua masyarakat dengan tingkatan yang berbeda. Peran dan hubungan gender dapat sangat beragam antara masyarakat yang satu dengan lainnya. Namun demikian terdapat juga sejumlah persamaan yang mencolok. Misalnya, di hampir semua masyarakat tanggungjawab utama pengasuhan bayi dan anak-anak diserahkan kepada perempuan dan anak perempuan, sementara kemiliteran dan keamanan negara kepada laki-laki.

Perbedaan peran dan hubungan gender ini kemudian berkembang dan justru melahirkan ketidaksetaraan dan ketidakadilan gender. Kesenjangan gender terjadi begitu luas dalam hal akses terhadap dan kendali atas sumberdaya, dalam kesempatan ekonomi, dalam kekuasaan, dan dalam hak bersuara politik.

Salah satu implikasi lain atas adanya perbedaan peran dan hubungan gender di masyarakat di antaranya adalah adanya pembagian kerja secara seksual antara laki-laki dan perempuan. Pembagian kerja (*division of labour*) merupakan salah satu perbedaan utama yang mendasar dalam kekuasaan antara perempuan dan laki-laki. Perempuan dalam sistem pembagian kerja secara seksual cenderung selalu ditempatkan dalam wilayah domestik atau rumah tangga, dengan serangkaian kerja yang sifatnya reproduktif. Pada sisi lain, laki-laki menempati posisi di wilayah publik yang sifatnya produktif (Kasiyan, 2008: 55).

Peran gender perempuan yang ditempatkan dalam wilayah domestik tersebut telah mengakibatkan tumbuhnya tradisi dan keyakinan yang tersosialisasi di masyarakat bahwa kaum perempuan harus bertanggungjawab atas terlaksananya keseluruhan pekerjaan domestik. Sedangkan laki-laki tidak harus

bertanggungjawab, dan bahkan di banyak tradisi secara adat dilarang terlibat dalam urusan pekerjaan domestik. Oleh karenanya, tipologi beban kerja perempuan tidak berkurang walaupun si perempuan juga bekerja di sektor publik. Hal ini disebabkan selain bekerja di luar (publik), perempuan juga masih harus bertanggungjawab atas keseluruhan pekerjaan domestik (Kasiyan, 2008: 56). Selain itu, walaupun perempuan bekerja di sektor publik juga terkesan masih ada pembatas yang membatasi pergerakan mereka, yaitu pertama akses kesempatannya yang masih sangat terbatas, dan kedua adalah kedudukan serta peran yang disandangnya sebagian besar masih cenderung hanya sebagai peran pelengkap dan inferior, misalnya sebatas peran sebagai sekretaris atau pegawai kantor kebanyakan, yang notabene adalah tetap menjadi bawahan laki-laki (Kasiyan, 2008: 58 – 59).

Fenomena dan realitas peran domestik yang dikenakan kepada perempuan tersebut akhirnya mengejawantahkan konsep ‘pengiburumahtangaan’ atau ‘domestikasi’ atas perempuan di masyarakat. Konsep ini jika dicermati cenderung bermakna diskriminatif bagi perempuan dalam representasinya (Kasiyan, 2008: 56-57). Dikatakan diskriminatif sebab konsep domestikasi tersebut menempatkan perempuan pada posisi dan peran-peran yang kebanyakan berhubungan dengan wilayah domestik, atau dikenal dengan rumahtangga seperti mengurus rumah, mengurus anak, mengurus suami, dan memasak. Sedangkan, wilayah publik adalah milik kaum laki-laki.

Pekerjaan domestik yang dilakukan oleh perempuan dari generasi ke generasi tidak pernah diperhitungkan sebagai aset bernilai ekonomis. Keadaan ini

berjalan tanpa protes karena dianggap merupakan kewajiban budaya. Secara tidak sengaja perempuan yang bekerja mengurus keluarga (di dalam rumah) nyaris dilihat sebagai orang yang “tidak bekerja” dan dilegalisasi dalam kosa kata bukan angkatan kerja. Padahal hasil budaya kerja untuk keluarga jika dikonversi dalam satuan nilai uang juga akan memiliki nilai ekonomis. Padahal budaya kerja rumah tangga jika diperpanjang jangkauan pelayanannya akan memiliki dimensi bisnis. Misalnya membisniskan keterampilan memasak dan menjahit.

Di sektor publik, seperti telah dijelaskan sebelumnya, walaupun memberikan peluang yang relatif sama untuk laki-laki dan perempuan, diskriminasi terselubung masih tetap ada. Perempuan harus bekerja dua kali lipat untuk membuktikan potensi dirinya sebelum dia dipromosikan untuk menduduki posisi-posisi tertentu yang bergengsi. Alasan yang dikemukakan selalu dikaitkan dengan beban domestik perempuan bekerja, apalagi bagi mereka yang masih memiliki anak balita, atau dikaitkan dengan fisik perempuan yang secara budaya selalu diasumsikan lemah gemulai. Contohnya: (1) mandor-mandor di perkebunan umumnya adalah laki-laki karena dia harus siap dari pagi sampai siang berkeliling mengawasi pekerja, berbeda dengan pekerja perempuan yang cenderung suka berganti *shift* untuk mengurus anak dan keluarga. (2) juru masak kepala di restoran bintang lima umumnya adalah laki-laki, padahal secara budaya pekerjaan memasak adalah urusan perempuan. Alasan yang dikemukakan biasanya karena alat masak di hotel berbintang besar-besar dan perempuan terlalu lemah untuk mengangkatnya. (3) pemilik salon terkemuka untuk golongan selebritis, umumnya adalah laki-laki. Mereka dapat mencapai ini karena lebih memiliki akses untuk

memperoleh dukungan sarana pelancar, seperti purna pendidikan dan permodalan.

(4) jumlah pegawai perempuan pada instansi pemerintah menumpuk pada eselon IV atau golongan II, sehingga jelas relatif sulit untuk menduduki posisi sebagai unsur pemutus kebijakan.

Dalam penelitian ini, tentu saja dasar pemikiran mengenai konsep domestikasi peran perempuan di masyarakat ini membantu sebagai dasar pemikiran penulis mengenai domestikasi perempuan yang tercermin dalam teks media yaitu teks Majalah Femina.

6. CITRA PEREMPUAN DI MEDIA MASSA

Media mempunyai arti yang penting untuk berbagai alasan, termasuk kekuatannya dalam merepresentasikan hal-hal yang dapat "diterima" secara sosial dalam kehidupan dan relasi sosial masyarakat. Menurut kaum feminis, dengan kekuatan yang dimilikinya itu media massa masih banyak melakukan diskriminasi dan bias gender terutama terhadap kaum perempuan.

Dalam *Body Politics and Missing Themes of Women in America* (1995) wacana pengembangan gender dalam media menghadirkan dua pandangan yang sangat diskriminatif dan tendensius. Pandangan pertama, menyatakan bahwa perempuan hanya didefinisikan dari tubuh, anggota tubuh, atau hubungan fisiknya dengan makhluk lain. Pandangan kedua lebih melihat perempuan sebagai sosok yang pasif dan selalu dikenai tindakan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Nancy Mitchell dalam *Women in Mass Communication* (2007: 97) bahwa perempuan dalam media terutama periklanan lebih banyak dihadirkan sebagai

sebagai model dengan bentuk tubuh ideal (*relative size*) dan perempuan lebih banyak hadir sebagai sosok yang selalu lemah dan harus ditolong oleh laki-laki.

Tubuh atau fragmen-fragmen tubuh digunakan sebagai "*signifier*" dan dikaitkan dengan "*signified*" tertentu sesuai dengan tujuan ekonomi politik. Artinya fragmen-fragmen tubuh perempuan itu sendiri difragmentasikan menjadi tanda kemudian dipoles (manipulasi) dan dieksploitasi sedemikian rupa, sehingga menjadi tanda yang akhirnya menjadi komoditi. Tubuh wanita digunakan dalam media sebagai cara menjual komoditi, sementara perempuan itu sendiri mempunyai peran dominan di dalam konsumsi. Artinya perempuan lebih aktif dan lebih banyak mengonsumsi citra dirinya sendiri dibandingkan pria.

Menurut kaum feminis, media massa juga turut memelihara dan mengukuhkan pemikiran mengenai perbedaan gender yang menegaskan bahwa pria dan wanita itu berbeda dan bertentangan. Dalam pemberitaan media mengenai wanita seperti pengalaman wanita, olahraga wanita, kultur wanita bahkan media wanita digeneralisasikan dan didefinisikan dalam perbandingan dengan norma yang dikonstruksikan secara sosial, yang digenderkan dan dihadapkan pada laki-laki (Ibrahim&Suranto, 1998: xxxi). Bahkan menurut Naomi Wolf dalam *Fire With Fire* (1993) mengenakan istilah "*Apartheid Gender*". Menurutnya media massa mampu menyumbat kemajuan perempuan dengan melestarikan dan memupuk apa yang disebut "*apartheid gender*" tersebut. "*Apartheid Gender*" dalam media massa dijalankan lewat kontrol terhadap proses pemilihan, pemaknaan, dan penyajian informasi sangat ampuh untuk membentuk pola pikir perempuan (Ibrahim&Suranto, 1998: xxxii). Hal ini berkaitan dengan

kebiasaan masyarakat dalam menjadikan media massa sebagai satu-satunya sumber informasi yang diyakini secara penuh kebenarannya dalam menyajikan realitas sosial. Pada realitas sosial yang riil terkadang pengalaman-pengalaman ataupun makna-makna maskulinitas dan feminitas mengalami konflik dan nilai-nilai maskulinitas cenderung menang. Hal ini disebabkan oleh kuatnya dominasi pria dalam masyarakat.

Dalam praktek jurnanisme yang bias gender akan menghambat dalam menampilkan perempuan sebagaimana mestinya. Menurut Simone De Beauvoir (dalam Humm, 1992: 96) hal ini bisa disebut perempuan hidup dalam mitos bentukan laki-laki. Di sini kita bisa melihat bahwa terjadi pendangkalan makna perempuan dalam media karena eksistensi perempuan sendiri terkotak-kotak dalam dunia bentukan laki-laki.

Di Indonesia kita melihat konstruksi dan sosialisasi gender yang menempatkan kaum pria pada posisi dominan masih sangat kuat dan kentara. Ideologi ini ditopang oleh negara, agama, budaya, dan keadaan sosial-ekonomi-politik. Dan perempuan yang ditampilkan dalam media massa melulu hanya berkisaran mengenai citra perempuan sebagai istri, ibu, dan objek seks (Ibrahim&Suranto, 1998: xlvix).

Melalui penelitian ini, konsep mengenai citra perempuan di dalam media massa yang masih melulu berkisaran sebagai istri, ibu, dan objek seks dapat digunakan sebagai dasar teori bahwa media massa melakukan pembedaan peran antara laki-laki dan perempuan. Lalu, melalui dasar teori ini juga dapat mendasari

bagaimana majalah perempuan seperti Majalah Femina kemudian merepresentasikan citra dan peran perempuan itu sendiri dalam teks-teksnya.

7. SEMIOTIKA SEBAGAI KERANGKA PEMIKIRAN

Semiotika biasanya didefinisikan sebagai pengkajian tanda-tanda (*the study of signs*). Semiotika pada dasarnya merupakan sebuah studi atas kode-kode, yaitu sistem apapun yang memungkinkan kita memandang entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda atau sebagai sesuatu yang bermakna (Scholes dalam Kris Budiman, 2004: 3).

Semiotika modern mempunyai dua orang bapak yaitu Charles Sanders Peirce dan Ferdinand de Saussure. Peirce adalah ahli filsafat dan ahli logika, sedangkan Saussure adalah cikal bakal linguistik umum. Semiotik (atau semiosis) menurut Peirce adalah hubungan antara tanda, objek, dan makna (Little john, 1996: 61). Sedang Saussure mendefinisikan semiotika sebagai “ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial”. Tanda merupakan istilah yang sangat penting, yang terdiri atas penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda mewakili elemen bentuk atau isi, sementara petanda mewakili elemen konsep atau makna. Keduanya merupakan kesatuan yang tak dapat dipisahkan sebagaimana layaknya dua bidang pada sekeping mata uang. Kesatuan antara penanda dan petanda itulah yang disebut sebagai tanda. Pengaturan makna atas sebuah tanda dimungkinkan oleh adanya konvensi sosial di kalangan komunitas bahasa. Suatu kata mempunyai makna tertentu karena adanya kesepakatan bersama dalam komunitas bahasa.

Gagasan semiotis yang dikemukakan oleh seorang penganut Saussure dari Perancis, Roland Barthes, memberi gambaran yang luas mengenai media kontemporer. Boleh jadi Barthes merupakan orang terpenting kedua dalam tradisi semiotika Eropa setelah Saussure. Melalui sejumlah karyanya ia tidak hanya melanjutkan pemikiran Saussure tentang hubungan bahasa dan makna, pemikirannya justru melampaui Saussure terutama ketika ia menggambarkan tentang makna ideologis dari bahasa yang ia ketengahkan sebagai mitos. Ketika mempertimbangkan sebuah berita atau laporan, akan menjadi jelas bahwa tanda linguistik, visual dan jenis tanda lain mengenai bagaimana berita itu direpresentasikan (seperti tata letak / *lay out*, rubrikasi, dsb) tidaklah sesederhana mendenotasikan sesuatu hal, tetapi juga menciptakan tingkat konotasi yang dilampirkan pada tanda.

Dalam penelitian ini, analisis semiotik digunakan sebagai kerangka analisis teks media. Kerangka analisis semiotik yang digunakan adalah analisis semiotik milik Roland Barthes. Untuk detail dan lebih jelasnya mengenai analisis semiotik tersebut, akan dijelaskan dalam metode penelitian.

E. METODOLOGI PENELITIAN

1. JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini ialah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental tergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun peristilahannya (Kirk dan Miller dalam Moleong, 2004: 4).

Sedangkan Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Moleong, 2004:5).

Menurut Jane Stokes (2006: xi), penelitian kualitatif merupakan paradigma penelitian yang terutama berkepentingan dengan makna dan penafsiran. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas. Di sini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, peneliti menjadi instrumen riset yang harus terjun langsung di lapangan. Karena itu, penelitian ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan (Kriyantono, 2006: 58 – 59).

Dalam penelitian kualitatif sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara peneliti yang satu dengan yang lain. Hal ini dikarenakan tiap individu memiliki persepsi dan pengetahuan yang berbeda-beda dalam melihat suatu permasalahan.

Penelitian representasi domestikasi perempuan dalam media massa ini masuk dalam paradigma penelitian kualitatif karena menyangkut permasalahan makna dan penafsiran yang tertuang dalam konsep mengenai representasi. Selain itu, penelitian yang menyangkut penafsiran ini bersifat subjektif karena berada

dalam referensi peneliti. Peneliti sendiri adalah sebagai sarana penggalian interpretasi data. Oleh karena bersifat subjektif, hasilnya pun bukan untuk digeneralisasikan dalam semua media massa terlebih penelitian ini hanya mengambil teks-teks media pada Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009 saja.

2. OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian adalah fokus dari penelitian. Maksudnya yaitu apa yang menjadi sasaran atau apa yang akan dikaji secara terperinci. Sasaran penelitian tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian (Burhan Bungin, 2008: 76).

Objek dalam penelitian ini adalah teks-teks yang berupa artikel dan gambar-gambar dalam Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009. Adapun alasan penulis adalah untuk membatasi jumlah teks yang akan diteliti. Pemilihan edisi tersebut juga beralasan karena dalam edisi yang terpilih itu banyak teks yang sesuai dengan penelitian penulis.

3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- Analisis Isi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi kualitatif. Analisis isi kualitatif ini bersifat sistematis, analitis tetapi tidak kaku seperti dalam analisis isi kuantitatif.

Kategorisasi dipakai hanya sebagai *guide*, diperbolehkan konsep-konsep atau kategorisasi yang lain muncul selama proses penelitian. Peneliti dalam melakukan analisis bersikap kritis terhadap realitas yang ada dalam teks yang dianalisis. Teknik analisis isi ini juga digunakan sebagai temuan data awal untuk memberikan gambaran tentang teks dan gambar yang mengandung domestikasi perempuan dalam Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009.

Dalam penelitian yang menggunakan analisis semiotik, teknik analisis isi ini akan sangat mendukung. Analisis isi dapat digunakan untuk menentukan seberapa banyak jenis gambar tertentu yang terdapat dalam serangkaian teks yang diteliti. Analisis isi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data primer atau data utama. Data primer dalam penelitian ini adalah teks artikel dan gambar dalam Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009. Setiap teks dan gambar yang berkaitan dengan tema penelitian akan dipergunakan sebagai data primer dalam penelitian. Adapun data yang akan diteliti berjumlah 10 artikel dengan gambar yang disertakan di masing-masing artikel yang terdapat dalam rubrik yang berbeda-beda. Analisis isi ini digunakan untuk melihat klasifikasi atau kategorisasi satuan analisis yang mau diteliti atau unit analisis sebagai temuan data awal penelitian ini. Berikut sistematika unit analisis penelitian ini:

Unit Analisis	Kategori	Sub Kategori
Komponen teks domestikasi perempuan	-Verbal	a. Rubrik b. <i>Headline</i> /Judul c. Artikel

	-Visual/Non Verbal	a. Gambar yang disertakan dengan artikel b. Gambar yang mendukung artikel
Isi pesan dalam teks	Verbal	a. Bahasa b. Gaya bahasa c. Pilihan kata d. Narasi
<i>Image/Gambar</i>	Visual/Non Verbal	a. Obyek gambar b. Jenis warna c. Komposisi obyek d. Ekspresi obyek e. <i>Setting</i> dan aktivitas

▪ Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Sifat utama dari data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam (Burhan Bungin, 2008: 121 – 122). Tujuan dari studi dokumentasi ini adalah untuk mendapatkan informasi atau data yang mendukung analisis dan interpretasi data.

Untuk teknik pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini, atau pengumpulan data interteksnya digunakan studi dokumentasi. Guna melengkapi analisis data dengan semiotik, diperlukan juga konteks atau interteks dari data utama yang akan diteliti. Sesuai dengan penelitian ini, interteks yang akan digunakan adalah teks-teks media dalam majalah perempuan yang lain di Indonesia yang menyangkut tentang peran perempuan di masyarakat dan keluarga, selain itu juga dapat digunakan

situasi sosial dan budaya masyarakat ketika teks-teks media tersebut diterbitkan.

4. ANALISIS DATA

Analisis semiotika yang digunakan dalam penelitian ini terutama didasarkan pada pemikiran Roland Barthes. Barthes memperlakukan citra-citra dalam media massa sebagai tanda-tanda, sebagai bahasa darimana makna kemudian dikomunikasikan. Tanda berarti atau mewakili konsep-konsep, ide dan perasaan kita dalam cara tertentu sehingga memungkinkan orang lain untuk 'membaca', menyandi balik (*decode*), atau menafsirkan makna mereka dalam cara yang kira-kira sama dengan yang kita lakukan. Dari sini jelaslah bahwa fungsi tanda yang demikian menunjukkan perannya dalam mengkonstruksi makna sekaligus membawa pesan (Hall, 1997: 37).

Barthes mengembangkan semiotika dengan mengembangkan sistem penandaan bertingkat yang disebut sistem denotasi dan konotasi, dengan penjelasan sebagai berikut :

- **Pemaknaan Tingkat Pertama (*first order of signification*)**

Menggambarkan hubungan *signified* dengan *signifier* dalam suatu tanda dengan realitas eksternal yang ditujunya, yang disebut denotasi. Denotasi merupakan makna tanda yang terlihat jelas. Denotasi merupakan penanda primer (sistem penandaan tingkat pertama) yang menunjukkan literatur atau yang eksplisit dari gambar, kata-kata dan fenomena yang lain. Denotasi menjadi landasan bagi tahap kedua (konotasi).

▪ **Pemaknaan Tingkat Dua (*second order of signification*)**

Pada tingkat kedua ini, sistem penandaan disebut konotasi. Konotasi menggambarkan hubungan yang terjadi ketika suatu tanda dilihat dengan perasaan atau emosi penggunanya dan dengan nilai-nilai budaya mereka. Konotasi melibatkan simbol-simbol sejarah, dan hal-hal yang berhubungan dengan emosional. Makna konotasi ini oleh Barthes disebut mitos yaitu makna yang didapat seseorang berdasarkan referensi kultural yang dimilikinya. Makna konotasi ini juga disebut sebagai makna ideologis yang berfungsi untuk memberikan legitimasi kepada yang berkuasa. Konotasi ini menjadi instrumen bagi ideologi untuk menyampaikan pesannya (Elliot, 2001:169).

Pada tatanan tingkat pertama, hubungan antara *signifier* dan *signified* akan membentuk *sign*. *Sign* pada tatanan tingkat pertama menjadi *form* pada tatanan tingkat kedua. Hubungan antara *form* dan *concept* pada tatanan tingkat kedua akan membentuk *signification*.

Sumber : Sunardi, 2004: 105

1. signifier		2. signified	
3. sign (meaning)			
I. signifier		II. signified	
FORM		CONCEPT	
Expression		Content	
Form	Substance	Form	Substance
III. sign			
SIGNIFICATION			

MITOS

Pendekatan semiotika yang digagas oleh Roland Barthes sebagai penandaan bertingkat tertuju pada mitos. Bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk menjadi mitos. Secara *semiotic* hal ini ditandai pada pemakaian tingkat kedua. Aspek material mitos, yakni penanda-penanda pada *the second order semiological system* itu, dapat disebut sebagai retorik atau konotator-konotator, yang tersusun dari tanda-tanda pada tingkat pertama, sementara petanda-petandanya sendiri dapat dinamakan fragmen ideologi (Budiman, 2003: 63 – 64). Petanda-petanda ini menjalin komunikasi dengan kebudayaan, pengetahuan, atau sejarah, karena melaluinyalah dunia sekitar dapat memasuki sistem.

Menurut Barthes, pada pemakaian tingkat pertama atau denotasi, bahasa menghadirkan kode-kode sosial secara eksplisit berdasarkan relasi antara penanda dan petanda. Sebaliknya, pada pemakaian tingkat kedua atau konotasi, bahasa menghadirkan kode-kode yang sifatnya implisit, yaitu sistem kode yang tandanya bermuatan makna-makna tersembunyi. Makna yang tersembunyi ini merupakan kawasan di mana ideologi atau mitologi bercokol.

Keberadaan mitos sebagai makna ideologi yang dibahas sebelumnya dikendalikan secara kultural dan merupakan ”cerminan” yang terbalik: ia membalik sesuatu yang (sesungguhnya) bersifat kultural atau historis menjadi sesuatu yang (seolah-olah) alamiah. Penyingkapan kode dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari kode-kode tertentu yang tersirat dalam teks dan gambar. Mitos dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran kewacanaan yang disebut sebagai pemakaian tingkat kedua atau tingkat konotasi. Aspek material mitos,

yaitu penanda-penanda pada tingkat kedua dapat disebut sebagai retorika atau konotator, yang tersusun dari tanda-tanda pada tingkat pertama, sementara petandanya dapat disebut sebagai ideologi (Barthes, 1981: 91).

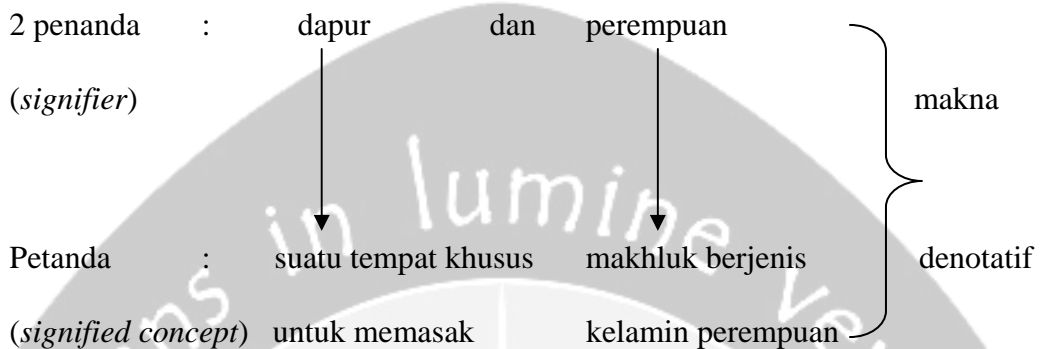
Mitos muncul dalam berbagai obyek maupun materi. Dengan demikian suatu mitos bisa berupa gambar, tulisan dan foto. Sebagai sistem semiotik tingkat dua, mitos menggunakan semiotik tingkat pertama sebagai dasarnya. Dalam menghasilkan sistem mistis, sistem semiotik tingkat dua mengambil seluruh sistem tanda tingkat pertama sebagai *signifier* atau *form*. *Sign* disini menjadi *form* dan *concept* dibuat oleh pencipta atau pengguna mitos (Sunardi, 2004:104). Dalam hal ini berarti *sign (meaning)* dari tingkat pertama menjadi *signifier (form)* pada tingkat kedua. Mitos sesuai fungsinya telah mendistorsi makna tingkat pertama sehingga menjadi universal dan natural.

Barthes menjelaskan bahwa mitos adalah sebuah kisah (*a story*) yang melalui sebuah budaya menjelaskan dan memahami beberapa aspek dari realitas atau dapat juga didefinisikan sebagai cerita yang kita ceritakan tentang diri kita sendiri, sebagai suatu budaya untuk menghilangkan kontradiksi dan membuat dunia menjadi bisa dipahami dan dihuni (Storey, 1993: 72). Mitos adalah bagaimana kebudayaan menjelaskan atau memahami beberapa aspek tentang realitas atau gejala alam. Di sini mitos membantu kita memahami pengalaman-pengalaman kita dalam suatu konteks kebudayaan tertentu. Mitos merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai suatu dominasi. Oleh karenanya kemudian mitos berfungsi untuk melayani kepentingan dominan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi domestikasi perempuan dalam Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009 lewat teks yang dalam hal ini adalah artikel-artikel dan gambar-gambar yang berkaitan dengan tema tersebut. Menurut Barthes dalam mengkaji foto (gambar) kita harus mulai dari tataran makna denotasi menuju tataran konotasi, dengan demikian foto (gambar) memiliki segala kemungkinan untuk menjadi mitos. Hal ini disebabkan foto (gambar) telah diseleksi, diposisikan, ditampilkan dalam ukuran tertentu berdasarkan nilai-nilai profesional sekaligus nilai ideologi tertentu (Sunardi, 2004: 184). Hal ini berarti dalam mengkaji atau menganalisis gambar di dalam sebuah teks yang diteliti, perlakuannya sama dengan teks atau dalam hal ini artikel yang berupa tulisan yang diteliti. Ini dilakukan sebab sebuah gambar dalam teks juga dapat memunculkan mitos tertentu yang bernilai ideologi tertentu.

Contoh alur signifikansi konsep Barthes pada penelitian ini akan dikemukakan berikut ini. Dalam salah satu rubrik yang telah dipilih sebagai objek penelitian, yaitu rubrik Jendela Hijau dengan artikel tips yang berjudul Dapur Hemat menunjukkan hal tertentu. Tips mengenai penghematan energi di dapur ini juga menyertakan sebuah gambar perempuan yang sedang memasak di dapur. Dari teks ini dapat dimunculkan dua penanda (*signifier*) dari judul tips dan gambar yaitu dapur dan perempuan. Kemudian, dari penanda tersebut, petanda (*signified concept*) yang dapat diperoleh adalah suatu tempat khusus untuk memasak dan makhluk berjenis kelamin perempuan. Hal ini paralel dengan apa yang disebut oleh Barthes sebagai tataran denotasi. Untuk mencari makna

konotasinya diperoleh dari interaksi yang terjadi ketika tanda dikaitkan dengan emosi atau perasaan dari pengguna dan nilai-nilai budayanya.



Skema Sistem Pemaknaan Tingkat Pertama

Dari teks tersebut dapat dimaknai konotatif bahwa dapur dan perempuan dianggap sebagai hal yang tidak dapat dipisahkan dan sangat berhubungan erat. Dapur di sini dapat diartikan sebagai suatu tempat dimana seorang perempuan biasanya berperan dalam kehidupan yaitu dengan memasak, apalagi ditambah dengan gambar yang menampilkan seorang perempuan yang sedang memasak. Jelas, hal ini mendukung pula budaya yang berkembang dan bertahan di masyarakat bahwa perempuan mempunyai peran di dapur. Dari sini terlihat bahwa perempuan dituntut agar melakukan tugas dan peran yang seharusnya yaitu sebagai ibu rumah tangga. Bahwa sudah seharusnya tempat perempuan adalah di rumah, di dapur, dan hal-hal domestik lainnya. Pada titik ini dapat dilihat bahwa proses domestikasi terhadap perempuan terus dipertahankan melalui artikel-artikel di majalah perempuan.

5. LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN

Dalam penelitian ini, langkah-langkah yang dilakukan penulis antara lain :

- a. Memilih rubrik dan artikel serta gambar yang akan diamati dan dianalisis. Teks yang akan dipilih adalah teks yang memiliki kecenderungan dan mengandung proses domestikasi terhadap peran kaum perempuan dalam kehidupan. Pemilihan ini dilihat dari rubrik, pemilihan judul, isi narasi, bahasa dan gambar yang menyertainya.
- b. Menganalisis dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes. Barthes memperlakukan citra-citra dalam media massa sebagai tanda-tanda, sebagai bahasa darimana makna kemudian dikomunikasikan. Tanda berarti atau mewakili konsep-konsep, ide dan perasaan kita dalam cara tertentu sehingga memungkinkan orang lain untuk 'membaca', menyandi balik (*decode*), atau menafsirkan makna mereka dalam cara yang kira-kira sama dengan yang kita lakukan. Dari sini jelaslah bahwa fungsi tanda yang demikian menunjukkan perannya dalam mengkonstruksi makna sekaligus membawa pesan. Barthes mengembangkan semiotika dengan mengembangkan sistem penandaan bertingkat yang disebut sistem denotasi dan konotasi. Pendekatan semiotika yang digagas oleh Roland Barthes sebagai penandaan bertingkat tertuju pada mitos.

Dalam menganalisis penulis juga melengkapi analisis dengan berbagai referensi yang mendukung seperti dari buku-buku, literatur, berbagai

sumber di internet, dan artikel-artikel di majalah perempuan lain yang berhubungan dengan hal yang dianalisis.

- c. Dari keseluruhan analisis yang dilakukan penulis kemudian akan menarik kesimpulan yaitu dengan melihat seperti apa dan bagaimanakah Majalah Femina edisi 28 Februari – 6 Maret 2009 merepresentasikan domestikasi perempuan dalam teks yang ditampilkan.

